

2026 年度

大学院 国際学研究科
1 期 入学試験問題
「小論文」

2025 年 10 月 4 日(土)

受験番号	氏名

次の3つの分野の中から一つを選び、各設問に答えなさい。

小論文（ディベロップメント・スタディーズ分野）

○以下の課題文は「国際協力と想像力」について書かれた書物の中の一節である。文章を読み、つづく 2 つの設問に答えなさい。

<課題文>

1970 年代のことだそう。フィリピンの道端でバナナを売るおばあさんがいた。バナナの値段を聞く。

「5 本で 1 ペソです。」

「では 15 本ください。」

「ならば 1 本 5 ペソです。」

「……？」

まとめて買うのになぜ割高になるのか、経済学者の先生は不思議に思っ、理由を尋ねた。おばあさんの答えをまとめると、こうだった。「私はこの狭い路地裏で、丸一日バナナだけを売って生活している。客と交わす会話が数少ない楽しみだ。あなたはバナナをまとめ買いすることで、私の数少ない楽しみを奪うことになる。だからその分を余計に払うことで補償してほしい。」

このエピソードの面白さは、まとめ買いすると単価が上がるという、私たちの経済常識を揺さぶる点にあるだけではない。道端でバナナを売るおばあさんにも独自の思想があって、そこには聞けば私たちにも納得できる、きちんとした理屈があるということだ。生臭さの立ち込める東南アジアの市場を歩くとき、一人ひとりの物売りが何を考えているかなど、それまでの私は想像もしていなかった。まとめ買いをするのに割高になるとはけしからんとばかりに、理由も聞かずにその場を立ち去っていたら、先生もおばあさんの世界に触れることはなかったかもしれない。

この場合、高橋先生にとっては、おばあさんとの立ち話が新しい世界への窓口になった。立ち話がなければ、バナナを買い取るこちら側の勝手な思い込みで、おばあさんは単に「非常識で、がめつい商売人」にされてしまったかもしれない。まとめ買いは売り手と買い手の両方にとって「良いこと」に決まっているはずだからである。おばあさんとのちょっとした対話は、まとめ買いが助けになるどころか、かえって迷惑になる可能性を教えてくれた。人の行動を理解するためには、その人を外から見ていただけではわからない。行動の背景にあるものを見通す想像力、そしてその力の元となる対話や共感が必要なのだ。

一般的に想像力とは、直接に見聞きできないものを心のうちに生み出す力のことである。だが、バナナのまとめ買いの例でみたように自分の思い込みの延長線上にあるものしか想像できない場合には、それがいくら「直接見聞きできないもの」であっても「想像力がある」とはみなせないだろう。例えば日本の人口減少傾向を踏まえて、過疎や集落の消滅を予想する人がい

たとしても「想像力が豊か」とは言わない。人口減少は既定路線に乗った話だからだ。

ここで私は、想像力を「違った可能性を思う力」とあると考えたい。「違う」というのは、既定路線とは違うという意味である。規定路線とは、その時々のできごとの趨勢に対する「よくある見方」と考えておこう。たとえば「途上国は貧しく、だから先進国の助けが必要だ」という発想は国際協力の世界では一つの典型的な既定路線である。ここで「違った可能性」への入り口は、「貧しさとは何か」「貧しさはどのように生み出されているか」と問うてみることである。「国際協力って～だよね」という受け売りのイメージや、「こうしなければ国際協力ではないよね」という決まった規範に染まってしまうのではなく、自分なりの幅の中でできごとの過去、現在、未来をつなげてみる力である。「イメージ」が「～（の）について」という具体的な対象から生成される像であるとすれば、ここでいう想像力は、いったん対象の具体性から自由になる力であると言い換えてもよい。

(1) この力はなぜ重要なのだろうか。

(佐藤仁、2021 年、「バナナ売りのおばあさんは何を考えているか——国際協力の相手を想う」松本悟・佐藤仁編著『国際協力と想像力——イメージと「現場」のせめぎあい』日本評論社、pp.3-5)

【設問 1】

課題文の内容を 300～400 字程度で要約しなさい。

【設問 2】

課題文の (1) の下線部について、具体的な現代の課題を例に挙げながら、その理由について、あなたの考えを 600～800 字程度で述べなさい。

小論文：選択問題（市民領域）

課題文を読み、設問 1 と設問 2 に答えなさい。

<課題文>

(A) セーフティネットという考え方は、もともとはナショナルミニマムの考え方とは異なっていた。いちばん大きな違いは「競争」についての考え方であろう。

セーフティネットはもともとサーカスの綱渡りのさいの安全装置のイメージに由来する。綱渡りは熟練を要し、危険な営みである。うまくいかずに綱から落ちてしまう可能性がつねにある。セーフティネットは、綱渡りをしている人が綱から落ちてきたときにもケガをしたり命を落としたりしないようにするために張られる。したがって社会的セーフティネットが前提としているのは、労働市場における個人間の熾烈な競争である。この競争に勝つために個人は自分の能力をみがき、リスクをとらなければならない。この競争から脱落した敗者に対してのみ、競争へ復帰するための救済の手を差しのべるのがセーフティネットである。

これに対してナショナルミニマムが想定している競争は企業間の熾烈な競争である。そこで企業は低賃金に依存して利潤を上げるのではなくて、生産性の向上によって利潤を上げることが期待されている。ナショナルミニマムは企業が生産性を上げるための手段である。ナショナルミニマムを導入することによって、これを守ることのできない生産性の低い企業を市場から撤退させ、生産性の高い優良な企業が生き残るようにしようという考え方である。また、ナショナルミニマムは産業構造の高度化のための手段でもある。生産性の低い産業を整理して、生産性の高い産業を中心とした産業構造への転換を図るためのものである。

第 2 に、ナショナルミニマムは国民国家の存在を前提とした考え方であるのに対して、セーフティネットの方は必ずしもそうではない、という点でも両者は異なっている。そこには二重の意味がある。

一つはナショナルミニマムの対象となるのが個人としての国民であるのに対して、セーフティネットの対象は必ずしも国民に限られないということである。綱渡りをしている人（労働市場への参加者）であれば、非合法な就労でない限り国籍の有無は無関係である。その意味で、それは国民国家の枠組みを越えている。またセーフティネットの対象は個人に限らず法人でもよい。中小企業のセーフティネットもありうるし（中小企業信用保険）、銀行のような金融機関のセーフティネットもありうる（不良債権処理）。その意味では個人にも限定されていない。

もう一つは国家の役割である。ナショナルミニマムでは国家責任や国家の義務という考え方が前面に出てくるが、セーフティネットでは必ずしもそうでない。民間部門もまたセーフティネットの担い手となりうるし、セーフティネットは、ナショナルミニマムのように国民の権利に対する国家の義務というよりは、政府の裁量に属する。

第3に、ナショナルミニマムは社会権や生存権を基礎にしている、という点でもセーフティネットと異なっている。言い換えると、ナショナルミニマムの水準というのは社会権や生存権を保障するに足る水準ということになるだろう。それが具体的にどこになるかは別として、そういった観点からしかその水準は正当化されない。これに対して、セーフティネットの水準は、個人や企業がひるむことなく綱渡り（労働市場、商品市場、金融市場などにおける競争）をすることのできる水準ということになる。生存権や社会権の目で見ると、それは後退のように見えるかもしれない。そのセーフティネットでさえも後退を余儀なくされてきたというのが21世紀初頭の日本の社会政策の状況である。

とはいえ社会的なセーフティネットに関しては、ナショナルミニマム的な読み替えも可能である。日本の社会保障制度の領域でセーフティネットという考え方が注目されるようになったきっかけとしては、金子勝や橋本俊詔らの功績が大きいが、そこで述べられているセーフティネットの考え方は必ずしも生存権や社会権とは矛盾しないだろう。むしろセーフティネットという言葉の逆手にとって、ナショナルミニマムを再定義するための戦略だと読めなくもない。たとえば、橋本はセーフティネットについて「サーカスにおける空中ブランコの下に張られたネット（網）を考えれば、よりわかりやすい」と述べて既存のイメージを再確認しているが、他方で「わが国は福祉国家をめざせ」と説き、「地方公共団体を含めた国家が社会保障制度の企画・運営の中心主体となり、税として国民から広く徴収したものを財源として、給付は国民一人一人が年金、医療、介護の各分野において、最低限の生きていけるだけのサービスを受けられるようにする」とも述べている。現在の政治状況のなかでは、ナショナルミニマムを正面から提唱するよりは、その内容をセーフティネットに託した方が効果はあるのかもしれない。

その意味では、セーフティネットとナショナルミニマムの相違にあまりこだわってはいけな
いのかもしれない。だとすると、むしろ必要なことはセーフティネットの換骨奪胎、あるいは再定
義であろう。(B) ナショナルミニマムのなかに含まれていた要素をセーフティネットの考え方
のなかに生かすことが、今後の課題であると思われる。そのさいにいちばん重要なことは、セーフティ
ネットとして設定される水準が、単に空中ブランコから落ちたときに一命を取り留めるに足るだけ
のものではなくて、それぞれの社会における最低限の生活を維持することのできるものとして設定
されるべきだということである。その意味ではセーフティネットのなかにも生存権や社会権の考え
方が取り入れられるべきである。また、そうしたセーフティネットを構築するにあたっては国家が
最終的に責任をもたなければならないという点も重要である。もちろん家族や企業やNPOや地域
社会がセーフティネットの構築にあたって一定の役割を果たすことは間違いない。しかしそれらが
うまく機能しないときに最終的な責任をとるべきは国家であろう。さらにセーフティネットは産業
保護のためのものとして存在する前に、個人生活の保障をするためのものとして考えられるべきで
ある。かつてウェット夫妻が考えたように、個人の生活保障をすることが企業の競争力の強化につ
ながるという視点を確立することが重要であろう。

今日危機に瀕していると言われるセーフティネットを、ナショナルミニマムの考え方を取り込み

ながら再生していくことが、現代日本の社会政策の課題ではないか。

(武川正吾 (2012)『政策志向の社会学』有斐閣 より)

設問 1

下線 (A)「セーフティネット」という言葉がいつそう明確になるよう、課題文を 300～400 字で要約しなさい。ただし、「もともとはナショナルミニマムの考え方とは異なっていた」ことをふまえ、両者の違いに注目して要約すること。

設問 2

下線 (B)「ナショナルミニマムのなかに含まれていた要素をセーフティネットの考え方のなかに生かすこと」とはどういう意味か。課題文に示される内容や解釈を参考に、あなたが知っている事例と自分自身の見解も加え、600～800 字で説明すること。

小論文 選択問題（観光領域）

以下の課題文を読み、あとの2つの設問に答えなさい。

日本のおもてなしは世界に対抗できるか

あなたは日本のおもてなしの現在についてどう考えるだろうか。「世界に誇るべき日本の心」、「エクセレントサービスの見本」あるいは「実は外国人には不評」などといったさまざまな見方があるに違いない。いろいろな意見があるだろうが、それでも概ね肯定的に捉えている人が多いのではないだろうか。だが、筆者個人は、素直に言って「日本のおもてなしは、数あるホスピタリティ事業コンセプトのひとつに過ぎず、競争力は薄れつつある」と考えている。その理由を説明しよう。

(1) ホスト主義とゲスト主義

日本のおもてなしは、良きにつけ悪きにつけ、日本文化という高文脈文化^(注1)の上に存立している。茶席がそうであるように、一定の型や作法があり、そこには明らかに高度なコミュニケーション行為があるが、その席に座するにはそれなりの文化的素養が求められる。はっきり言えば、あらゆるゲストに同じ作法・型に従わせるサービスであるため、柔軟性が低く、サービス提供形態を時と場合に応じてアレンジすることは例外的である。つまり、日本のおもてなしとは、「ホスト主導」のサービスなのである。

たとえば、インバウンド観光向けのティーツーリズムいわゆる茶道体験は、日本文化を理解しようと思っている層には大変人気がある。ちなみに茶道のホスト役は「亭主」と呼ばれる。日本文化を理解しようとする顧客であれば、亭主の接待を心から楽しむことができるだろう。しかし、ビジター客がほとんどのツアーパッケージの中に茶道体験をセットしてしまうと、「正座が苦痛だった」とか「あれこれ作法を指図されているようで嫌な思いをした」といったクレームが出てくる可能性がある。

こうしたミスマッチが発生するのは、必ずしもターゲットとして適切でない「顧客層(who)」に対し、ホスト主導のおもてなしを提供している状態を示している。日本文化という高文脈文化を共有していない顧客層に、彼ら彼女らが望んでもいないサービスを提供しているわけである。

少々厳しい意見のようだが、実際に一部の外国人観光客には、日本のおもてなしは不評である。その理由を端的に示せば、前述した顧客層のターゲティングが外れているのである。おそらく日本のおもてなしを嫌う層は、自国あるいはこれまでの旅行体験において、「ゲスト主導」のサービスに慣れ親しみ、ホストに主導権があるサービスを味わったことがほとんどない可能性がある。こうしたミスマッチ状態があれば、ホスト主導のサービスは顧客(ゲスト)に嫌がられるだけであろう。

(2) 顕在ニーズと潜在ニーズ

日本のおもてなしは、日本固有の「気配りと察し」の文化に根ざす技術・ノウハウの実践適用である。この技術やノウハウとは、再びドメインの議論^(注2)でいえば、おもてなしを提供しようとする個人や組織の「顧客機能(how)」にあたる。気配りや日本的察し(Sassi)が大事にされてきたため、顧客が何も言わなくてもホスト側がよかれとおもうことをゲストに「してあげる」ことを良しとする。そのため、顧客のニーズ、すなわち「顧客機能(what)」を、直に相手に尋ねるのではなく、気配りの結果として提供者側が心情を汲んで提供する。ゲストが何を望んでいるかを尋ねるのは無粋であり、ときにゲスト自身も気づかなかったニーズを探り当て、そっと提供するという、ホスト主導の接客スタイルこそが日本のおもてなしの真髄である。

当然ながら、その心情の汲み取り方が不十分であるか、あるいはゲスト側の文化に対する無理解から、ホストがゲストに対して的外れなサービスを提供してしまう可能性は大いに有り得る。

たしかに、海外のインバウンド観光客とくにビジター客は、日本の文化をよく理解していないことも多い。彼ら彼女らは、おもてなしの意図がよくわからずに、一步間違うと「ゲストである我々のニーズを、ホストは全く聞こうとしてくれない」と不満に思うかもしれないのである。

実に悲しいすれ違いである。ゲストのニーズは、ホストが汲むもの、察するものとする日本のおもてなしのホスト指導の流儀と、そうした文脈を共有しない文化圏に属する人々の、あくまでもゲスト主導のニーズベースでサービスを楽しみたいという思惑が、まったく噛み合わない状況である。そもそも両者は、ニーズの処し方が全くもって対極的であり、前者は、ニーズとはすなわち「潜在ニーズ」であり、ホストが探り当てるものと考えているのに対して、後者は、ニーズとはすなわち「顕在ニーズ」であり、ゲストが表明すべきものだと考えている。これでは、すれ違うはずだし、噛み合わないのも当然である。

さらにいえば、相手国の文化的土壌が日本とあまりにも違えば、もてなす側がいくら「気配りと察し」のスキルをフル稼働しても、彼ら彼女らの求めるニーズを探りきれないだろう。インバウンド観光客を相手に、日本のおもてなしを施す場合、従来のように東アジアからの観光客がメインであれば、ホスト側はまだ相手国の文化を学ぶ余裕があるが、昨今のように広く東南アジア、とりわけイスラム圏からの観光客が多くなると、すべての文化に^{ちしつ}知悉するのは不可能であろう。

ゲストのダイバーシティが進化するほどホスト側は、本来はもっと奥行きがあるサービスを提供したいのにと歯がゆさを感じながら、定型的で無難そうなサービスをゲストに提供せざるを得なくなる。本来なら、そこには前述したおもてなしの真髄である気配りと察しが含まれるべきだが、その余裕もなければ、能力も足りないということになってしまう。海外に誇るべき日本のおもてなしが虚しく空回りしてしまう危険性があるのである。

(注1) 高文脈文化(高コンテクスト文化)の社会では、非言語のコミュニケーション、暗黙の方法やルールなど、明文化されない文脈が、コミュニケーションにおいて重要な役割を果たしている。高文脈化の代表国は日本である。

Hall, E. T. (1976), *Beyond Culture*. New York, NY: Anchor Books. (エドワード・T. ホール著, 岩田慶治・谷泰 訳『文化を超えて』TBS ブリタニカ, 1979 年)

(注2) ドメインとは事業領域のことである。ドメインの議論とは、顧客ターゲット(Who)、何を提案するか(what)、独自能力・技術などの方法で顧客機能を満足させるか(How)の3つの要素を設定することで事業領域が定まることを指す。

出典：内田純一(2025)『ホスピタリティの戦略理論 感情労働と接客対話の経営学』日本経済評論社, pp.268-271 を一部改変。

設問1

課題文を350～400字で要約しなさい。

設問2

下線部「海外に誇るべき日本のおもてなしが虚しく空回りしてしまう危険性がある」に対するあなたの見解を550～700字で述べなさい。

以上で問題は終わりです。